

## **ABSTRAK**

**ATRIA RIKA, 1328042028. Pengaruh *Instagram* Sebagai Media Promosi Terhadap Peluang Usaha Busana Di Kota Makassar (Studi kasus pada akun Instagram @diabeaproject, @famodeclothing, @maskarede.id ). Skripsi. Fakultas Teknik Universitas Negeri Makassar, 2019, pembimbing 1 oleh Rika Riwayani dan pembimbing 2 oleh Hamidah Suryani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui metode promosi pelaku usaha busana di *Instagram* dan mengetahui pengaruh *Instagram* sebagai media promosi terhadap penjualan busana. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan jumlah informan sebanyak tiga orang yang masing-masing menjadi pelaku usaha yang ditentukan dengan menggunakan teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu pemilik usaha dari akun subjek penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis melalui proses mereduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa metode promosi yang dilakukan pelaku usaha busana dengan memanfaatkan fitur *Instagram* menjadi media sosial yang sangat efektif. Metoda promosi dengan memanfaatkan layanan fitur *Instagram* sangat menunjang untuk dijadikan media periklanan (advertising), dan hubungan Masyarakat (Public Relation). Pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap peluang usaha busana di kota Makassar memberikan impact yang baik dan dapat meningkatkan penjualan produk busana. Adanya peningkatan yang jelas dari *traffic* kunjungan di *Instagram* dan semakin meningkatkan omzet penjualan. *Instagram* sudah cukup berpengaruh menjadi platform untuk menunjang sebuah usaha sebab sangat mendukung usaha yang berbasis *E-commerce*.

**Kata Kunci: Metode promosi, Pengaruh *Instagram***

Perkembangan teknologi digital dan akses internet yang dapat dijangkau oleh siapa pun dan dimana pun, akhir-akhir ini telah mengubah cara manusia dalam beraktivitas. Dewasa ini akses internet mempermudah setiap orang menemukan segala macam informasi sampai ke seluruh dunia. Internet tidak dapat dipisahkan dari kehidupan karena internet sekarang bukan hanya sebagai *trend* tetapi merupakan kebutuhan.

Internet memiliki keunggulan sebagai alat dan tujuan bisnis yang sekaligus memiliki daya jangkauan pasar hingga ke seluruh dunia. Kebutuhan internet sangat penting sehingga selalu mengalami peningkatan di tiap tahunnya. Salah satu negara pemakai internet yang mengalami peningkatan adalah Indonesia. Sekarang banyak sekali akses layanan internet yang dapat kita pilih. Salah satu layanan di internet yang sekarang menjadi *trend* di masyarakat umum adalah *Instagram*.

Sebagian orang berkesempatan untuk menjadikan *Instagram* sebagai lahan untuk berbisnis disebut dengan *onlineshop*. *Onlineshop* merupakan bentuk komunikasi baru yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung melainkan dapat dilakukan secara terpisah dan ke seluruh dunia. Sebelum perkembangan teknologi dan internet terjalin secara merata, belanja dilakukan dengan mendatangi langsung pemilik toko untuk melihat barang hingga memutuskan untuk membeli. Kini, tidak lagi harus demikian, sebab kemunculan teknologi seperti *smartphone* yang memungkinkan setiap orang mampu mengakses segala macam kebutuhan dan informasi melalui telepon genggam yang bersifat canggih dan sederhana. Teknologi itu telah memberikan kemudahan bagi pembeli atau konsumen dalam memiliki suatu barang belanjaan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan hidup mereka, termasuk untuk membeli produk *fashion*.

Perubahan jual beli secara *online* atau pun ajang promosi busana secara *online* juga ditemukan di Makassar. Dalam *Onlineshop*, pelaku usaha atau produsen pakaian menawarkan sejumlah produk busana. Menurut H. Indriyo Gitosudarmo M.Com (dalam Amri, 2016: 3) menyatakan bahwa promosi adalah merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Menurut Kurniawati (2015: 128) Pemanfaatan *Instagram* sebagai sarana pemasaran produk secara *online shopping* telah membawa banyak perubahan untuk dunia usaha dan bahkan sebagai sarana promosi bagi suatu bisnis toko *online*. Dalam proses promosi lebih menekankan kepada bagaimana cara mengkomunikasikan suatu produk kepada pelanggan atau konsumen untuk membentuk suatu citra positif dimata para pelanggan. Dalam proses promosi, produk yang akan dipromosikan telah ada, sehingga pelanggan dapat mengetahui klasifikasi dari produk yang dipromosikan tersebut.

Peranan media sosial seperti *Instagram* membuka peluang usaha di bidang *fashion* dengan mempromosikan produk-produk busana secara *onlineshop*. Menurut Prasetyo (2012 : 16) menyatakan bahwa secara statistik setelah 10 bulan dikeluarkan, *Instagram* menarik perhatian 7 juta pengguna baru yang telah mengunduh 150 juta foto di dalam *Instagram*. *Instagram* memudahkan konsumen untuk melihat produk yang dijual dan dapat langsung memberi komentar di bawah foto yang diminati.

Fakta adanya perubahan jual beli secara online atau pun ajang promosi busana secara online juga ditemukan di Makassar. Dalam *Onlineshop*, pelaku usaha atau produsen pakaian menawarkan sejumlah produk busana. Produk busana ini pun beragam mulai dari pakaian, hijab, tas, sepatu, jam tangan, kacamata, hingga berbagai aksesoris lain yang dianggap menunjang penampilan baik pria maupun wanita.

*Instagram* telah mempengaruhi pola belanja masyarakat secara luas dan dengan belanja *online* produk *fashion* yang dipamerkan di *Instagram* lebih memudahkan konsumen dalam berbelanja dan mengetahui produk yang mereka inginkan. Tidak seperti sebelum media sosial berkembang, promosi sebelumnya hanya berupa katalog produk dari produsen atau perusahaan yang diterbitkan berkala, iklan dalam bentuk media cetak dan lain sebagainya. Promosi dengan model iklan di layar kaca yang membutuhkan banyak biaya. Akses promosi hanya ditempatkan di media yang banyak orang mampu ketahui secara massal.

### **Tinjauan Pustaka**

*Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* merupakan gabungan dari kata instan dan telegram. (id.wikipedia.org/instagram)

Promosi berasal dari kata *promote* dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai mengembangkan atau meningkatkan. Pengertian tersebut jika dihubungkan dengan bidang penjualan berarti sebagai alat untuk meningkatkan omset penjualan. Promosi merupakan salah satu variabel IMC (*Intergrated Marketing Communications*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya, dengan tujuan untuk memberitahukan bahwa suatu produk itu ada dan memperkenalkan produk

serta memberikan keyakinan akan manfaat produk tersebut kepada pembeli atau calon pembeli (Harman Malau, 2017 : 103).

Menurut Arnani (2016: 2) peluang usaha adalah kesempatan atau waktu yang tepat yang seharusnya diambil atau dimanfaatkan bagi seseorang wirausahawan mendapat keuntungan. banyak peluang yang di siasikan, sehingga berlalu begitu saja karena tidak semua orang dapat melihat peluang dan yang melihatpun belum tentu berani memanfaatkan peluang tersebut. Hanya seorang wirausahawan yang dapat berpikir kreatif serta berani mengambil risiko itulah yang dengan tanggap dan cepat memanfaatkan peluang. Peluang usaha yang telah di ambil tentu akan memiliki konsekuensi bagi pengambil keputusan. Jika berhasil dapat dikatakan mendapat keuntungan, namun jika gagal maka itu bagian dari resiko yang harus di hadapi. Namun demikian, hal itu dapat dijadikan pengalaman yang sangat berharga.

Busana merupakan salah satu gaya hidup yang berkembang sangat pesat, benua eropa dan amerika saat ini menjadi kiblat tren busna dunia. Pengertian busana secara umum kata "busana" diambil dari bahasa Sansekerta "bhusana". Namun dalam bahasa Indonesia terjadi penggeseran arti "busana" menjadi "padanan pakaian"(Mila Amalia, 2017: 6).

### **Metode peneltian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan tujuan untuk melihat fakta-fakta yang akurat. Adapun peneltiaan desain penelitian studi kasus adalah bagian dari metode penelitian deskriptif (Kuntjojo. 2009:42) Dalam penelitian deskriptif fakta-fakta hasil penelitian disajikan apa adanya. Hasil penelitian deskriptif sering digunakan, atau dilanjutkan dengan dilakukannya penelitian analitik. Adapun hal lain berupa cara memahami satu atau lebih individu menanggapi hal yang diteliti akan

dikembangkan selama penelitian yang digunakan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek yang akan diteliti.

### **Deskripsi dan analisis data**

Dalam penelitian ini yang menjadi informannya yaitu tiga pelaku usaha busana di kota Makassar yang memfokuskan penjualan dan promosi melalui media sosial *Instagram*, pelaku usaha yang terpilih yang mampu memberi informasi lebih jauh mengenai aktifitas usaha busana dalam mempromosikan usahanya. Teknik penarikan/pemilihan informan penelitian menggunakan purposive sampling.

Data primer, yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi terhadap para informan, yang telah ditentukan yaitu @diabeaproject, @famodeclothing @maskerade.id dengan pedoman pada daftar pertanyaan yang telah disusun sedemikian rupa sehingga data terkumpul secara sistematis dan mudah untuk dianalisis. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari laporan-laporan dan dokumen-dokumen melalui studi dokumentasi yang terkait dengan aktifitas akun *Instagram* @diabeaproject, @famodeclothing dan @maskerade.id seperti unggahan, foto, kolom komentar, jumlah likes, jumlah *follower* dan tagar. Adapun subjek penelitian ini adalah akun *Instagram* @diabeaproject, @famodeclothing @maskerade.id

Hasil penelitian penulis menemukan beberapa metode promosi melalui *Instagram* memanfaatkan fitur-fitur yang disediakan *Instagram* sangat memaksimalkan promosi. Hasil penelitian mengenai ini *Instagram* sebagai media promosi terhadap peluang usaha busana pada akun *Instagram* @diabeaproject, @famodeclothing, @maskerade.id sebagai objek penelitian mendapatkan hasil bahwa melalui media *Instagram* usaha busana menjadi salah satu peluang yang menjanjikan dan cukup efisien di jaman yang serba modern seperti sekarang ini. Berdasarkan hasil wawancara di atas mengenai

penggunaan *Instagram* sebagai media promosi dalam menjalankan usaha busana dan metode promosi dan pemanfaatan fitur *Instagram* dapat disimpulkan sebagai berikut. 1) Dalam promosi melalui *Instagram* mereka memiliki kiat-kiat tersendiri dengan memanfaatkan fitur *Instagram* sebagai alat yang mampu menunjang promosi mereka secara maksimal. 2) *Instagram* merupakan platform yang mendukung kegiatan usaha ketiga owner di bidang usaha busana. Efisiensi dan kemudahan dalam menentukan pasar dari produk mereka menjadi alasan utama memanfaatkan *Instagram*, 3) Fitur *Instagram* saling berkaitan satu sama lain. Sistem yang *Instagram* miliki dalam mendukung sebuah usaha dengan menjadikan akun tersebut sebagai akun bisnis. Akun bisnis sangat membantu membangun brand, membentuk komunikasi antara pelaku usaha busana dan kostumer, serta menarik pelanggan dengan konten yang mereka miliki

Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa *Instagram* menjadi salah satu platform sosial yang mendukung untuk meningkatkan bisnis yang digeluti oleh para pelaku bisnis serta padat informasi. Beberapa cara dan fitur *Instagram* mendukung penyebaran informasi serta promosi dan iklan seperti yang ditemukan.

Berdasarkan hasil wawancara mengenai pengaruh *Instagram* terhadap peningkatan penjualan produk busana dalam menjalankan usaha busana dapat disimpulkan sebagai berikut. 1) Ketiga owner dari masing-masing brand mengungkapkan bahwa trafik penjualan mereka melalui *Instagram* meningkat setiap waktu sejak awal menggunakan *Instagram* sebagai media promosi, 2) Hal ini jelas menggambarkan bahwa *Instagram* sangat berpengaruh untuk meningkatkan penjualan dan memperkenalkan produk mereka, 3) Perluasan pasar serta penjualan produk semakin beragam.

## Kesimpulan

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh *Instagram* sebagai media promosi terhadap peluang usaha busana di kota Makassar (Studi kasus pada akun *Instagram* @diabeaproject, @famodeclothing, @maskerade.id, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan media sosial *Instagram* sebagai media promosi. *Instagram* sebagai media sosial yang sangat efektif untuk mempromosikan produk dari subjek penelitian dan menjadi platform yang sangat berpengaruh menunjang peluang usaha busana di kota Makassar. Hal ini menjadi sangat berpengaruh sebab *Instagram* memang menyediakan fitur *Instagram* untuk keperluan usaha atau bisnis. Promosi melalui periklanan (*advertising*), hubungan masyarakat (*Public Relationa*), menggunakan media sosial *Instagram* memberikan impact yang baik terhadap penjualan produk pemilik usaha.
2. Pengaruh *Instagram* terhadap peluang usaha busana di kota Makassar memberikan *impact* yang baik. Sebab ada peningkatan yang jelas dan *traffic* kunjungan di *Instagram* terus meningkat dan semakin meningkatkan omzet penjualan. *Instagram* sudah cukup berpengaruh menjadi *platform* untuk menunjang sebuah usaha sebab telah menyediakan beberapa fitur yang mendukung pemasaran E-commerce seperti, *Context* (layout dan desain yang menentukan look-and-feel dari tampilan), *Content* (Digital information seperti text, video, audio,dan graphic). *Community* (pengikut dan komunitas), serta communication (interaksi antara organisasi dengan satu arah ataupun dua arah)



